



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad de los servicios y la imagen corporativa en la  
agencia de seguros del distrito de San Isidro - Essalud**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Magíster en Gestión Pública

**AUTOR:**

Br. Melissa Susana Vásquez Elías

**ASESOR:**

Dr. Sebastián Sánchez Díaz

**SECCIÓN**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Dirección

**PERÚ - 2016**

## Página del Jurado

---

Dr. Galia Lescano López  
Presidente

---

Dr. Sebastián Sánchez Díaz  
Secretario

---

Dr. Edwin Alberto Martínez López  
Vocal

### **Dedicatoria**

A Dios a mis padres y hermanos, a mis amigos que tuvieron una palabra de apoyo desde el inicio de mis estudios de maestría.

.

### **Agradecimiento**

A la Universidad Cesar Vallejo. A aquellas personas que compartieron sus conocimientos conmigo para hacer posible la conclusión de esta tesis.

Especialmente agradezco a mis maestros por sus aportes muy importantes.

Gracias a todos ellos.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Melissa Susana Vásquez Elías, estudiante del Programa de Maestría en Gestión de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo identificado con DNI 10084297, con la tesis titulada. **“Calidad de Los Servicios y La Imagen Corporativa en la Agencia de Seguros del Distrito de San Isidro - ESSALUD”**

Declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría.

1. Respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
2. La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo título profesional.
3. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo

Lima, 05 de octubre del 2016

.....  
Melissa Susana Vásquez Elías  
DNI: 10084297

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado, se presenta ante ustedes la Tesis titulada: “Calidad de los servicios y la imagen corporativa en la agencia de seguros del distrito de San Isidro - EsSalud”, con la finalidad de determinar la relación entre la calidad de servicio - imagen corporativa, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magister en Gestión Pública. Los resultados que se han obtenido durante el proceso de investigación representan, a parte de un modesto esfuerzo, evidencias donde se han verificado que la enseñanza científica tiene un nivel de correlación positiva con tendencia a ser considerable con el nivel de conocimientos de investigación.

Señores miembros de jurado esperamos que esta investigación sea evaluada cumpliendo con los requisitos de aprobación.

Atentamente.

Melissa Susana Vásquez Elías  
DNI: 10084297

## Índice

	<b>Paginas</b>
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación <sup>5</sup>	vi
Índice	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Antecedentes.	16
1.2 Fundamentación Científica	19
1.3 Justificación.	40
1.4. Problema	42
1.5. Hipótesis	44
1.6. Objetivos	45
<b>II. MARCO METODOLÓGICO</b>	
2.1 Variables	48
2.2 Operacionalización de variables	49
2.3 Metodología	50
2.4 Tipo de estudio	50
2.5 Diseño	51
2.6 Población, muestra y muestreo	52
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
2.8 Método de análisis de datos	54
<b>III. RESULTADOS</b>	57
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	74
<b>V. CONCLUSIONES</b>	79
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	83

<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	86
<b>VIII. APENDICES</b>	
Apéndice A. Matriz de consistencia	92
Apendice B. Instrumento modelo de encuesta y todos los indicadores	94
Apendice C. Matriz de validacion	98
Apendice D. Matriz de validacion de los instrumentos de juicio de expertos	103
Apendice E. Formt Validacion del Instrumento Carta De Presentación	107
Apéndice F. Matriz de datos	109



**Lista de tablas**

Tabla 1	Conceptos de calidad	37
Tabla 2	Operacionalización de la variable 1	49
Tabla 3	Operacionalización de la variable 2	50
Tabla 4.	Resumen de procesamiento de casos	55
Tabla 5.	Estadísticas de fiabilidad	55
Tabla 6.	Análisis de frecuencias de la calidad de servicio	58
Tabla 7.	Análisis de frecuencias de elementos tangibles	59
Tabla 8.	Análisis de frecuencias de la fiabilidad.	60
Tabla 9.	Análisis de frecuencias de la responsabilidad	60
Tabla 10.	Análisis de frecuencias de seguridad	61
Tabla 11.	Análisis de frecuencias de empatía	62
Tabla 12.	Análisis de frecuencias de imagen corporativa	63
Tabla 13.	Análisis de frecuencias de aspectos cognitivos	64
Tabla 14.	Análisis de frecuencias de aspectos afectivos	65
Tabla 15.	Análisis de Rho de Spearman - Hipótesis General	67
Tabla 16.	Análisis de la correlación de Rho se Spearman - Hipótesis Especifica 1	68
Tabla 17.	Análisis de la correlación de Rho de Spearman - Hipótesis Especifica 2	69
Tabla 18.	Análisis de la correlación de Rho de Spearman de la Hipótesis Especifica	70
Tabla 19.	Análisis de correlación de Rho de Spearman de la Hipótesis Especifica 4	71
Tabla 20.	Análisis de la correlación de Rho de Spearman en la hipótesis Especifica 5.	73

## Lista de figuras

Figura 1. Diagrama de las dimensiones de calidad de servicio	21
Figura 2. Las cinco dimensiones del funcionamiento del servicio dirigen el viaje hacia la calidad de servicio	22
Figura 3. Dimensiones de la imagen corporativa	32
Figura 4. Diagrama de barras	58
Figura 5. Diagrama de elementos tangibles	59
Figura 6. Diagrama de barras de fiabilidad	60
Figura 7. Diagrama de barras de responsabilidad	61
Figura 8. Diagrama de barras de seguridad	62
Figura 9. Diagrama de barras de empatía	63
Figura 10. Diagrama de barras de imagen corporativa	64
Figura 11. Diagrama de barras de aspectos cognitivos	65
Figura 12. Diagrama de barras de aspectos afectivos	66

## Resumen

Para la variable 1 calidad de servicio, el estudio se abordó desde el enfoque cuantitativo en las ciencias sociales que se origina en la obra de Augusto Comte (1857) y Emile Durkheim (1917), con la influencia significativa de Francis Bacon (1626), John Locke (1704) e Immanuel Kant (1804). Tal enfoque parte de un paradigma positivista, cuyo objetivo es explicar y describir casualmente, así como generalizar, extrapolar, y universalizar, siendo el objeto de esta investigación hechos objetivos existentes y sometidos a leyes y patrones generales.

Se ha formulado la Hipótesis científica: La calidad de los servicios tiene una relación significativa con la imagen corporativa en la agencia de seguros del distrito de san Isidro - EsSalud. Metodología enfoque cuantitativo, el método fue el hipotético - deductivo, porque se observó el problema, se formuló las hipótesis y se realizó la prueba oportuna, tipo de investigación aplicada, nivel correlacional, con un diseño no experimental transversal, La población de estudio es de 21,190 y la muestra es de 378 asegurados.

En relación a la instrumentalización, se ha formulado un instrumento de recolección de datos y ha pasado por los filtros correspondientes, contando con 36 ítems y con cinco alternativas de respuestas Likert, las mismas que se han baremado para poder trabajar con un criterio cuantitativo; Los resultados de la investigación, se realizaron mediante el análisis descriptivo de las variables y el análisis inferencial para conocer el nivel de correlación mediante la prueba de Rho de Spearman, contestando de esta manera a los problemas, verificando el cumplimiento de los objetivos y rechazando la hipótesis nula; Se llegó a la conclusión que el valor de Rho de Spearman es de 0,711\*\*, lo que el SPSS 23 interpreta que la correlación es significativa en el nivel de 0,01 en 2 colas, eso quiere indicar que por cada colar la región de rechazo es de 0,50%, asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 que es menor al 5,00% teórico lo que validaría la hipótesis alterna o del investigador y se rechazaría la hipótesis nula. En tal sentido se demostró “calidad de los servicios tiene una relación significativa con la imagen corporativa en la agencia de seguros del distrito de San Isidro - EsSalud”

**Palabras claves:** calidad de servicios, elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, imagen institucional, aspectos cognitivos, aspectos afectivos

## Abstract

For variable 1 service quality, the study was approached from the quantitative approach in the social sciences that originates in the work of Auguste Comte (1857) and Emile Durkheim (1917), with the significant influence of Francis Bacon (1626) John Locke (1704) and Immanuel Kant (1804). Such an approach part of a positivist paradigm, which aims to explain and describe casually and generalize, extrapolate, and universalize, the object of this research objective facts and subject to existing laws and general patterns.

Has been formulated scientific hypothesis: The quality of services has a significant relationship with the corporate image in the insurance agency district of San Isidro – ESSALUD Methodologically, it was part of the applied type, correlational level, with a transverse non-experimental design; The method was the hypothetical-deductive, because it was found to the problem, the hypothesis was formulated and timely test was performed; Population and overall sample is 21,190 insured, the study population 378 insured.

With respect to the instrumentalization, there have been two instruments for data collection and both have passed through the corresponding filters, counting on 36 items and five Likert response options, they have been baremate to work with a cuanatitativo criterion; The results of the research were performed using the descriptive analysis of the variables and inferential analysis to determine the level of correlation with test Spearman Rho, answering this way to the problems, verifying compliance with the objectives and rejecting null hypothesis; It is concluded that the value Spearman's Rho is 0.711 \*\* which SPSS 23 interprets the correlation is significant at the level of 0.01 in two queues, this meant that for each strain the rejection region is 0.50%, also bilateral sigma value is 0.000 which is less than 5.00% theoretical which validate the alternate hypothesis and the investigator or the hypothesis would be ejected no. In this sense it was shown "The quality of service has a relationship with the corporate image in the insurance agency district of San Isidro - ESSALUD"

Keywords: quality of services, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, institutional image, cognitive, affective aspects.